

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan perekonomian Indonesia yang semakin membaik yang dibuktikan dengan adanya pembangunan di segala bidang termasuk pembangunan sektor ekonomi menyebabkan timbulnya gairah para pengusaha untuk mengelola perusahaannya di Indonesia. Salah satu perusahaan yang terdorong untuk selalu meningkatkan pangsa pasarnya yaitu perusahaan industri barang konsumsi makanan dan minuman (*Food and Beverage*). Perusahaan ini semakin lama semakin meningkat jumlahnya karena barang konsumsi makanan dan minuman merupakan salah satu kebutuhan primer manusia selain pakaian dan tempat tinggal. Oleh karena itu sektor ini merupakan peluang usaha yang mempunyai prospek yang baik untuk memperoleh laba yang maksimal (Febrianto dan Rahayu, 2015:1-2).

Menurut Sambora, dkk (2014) beberapa alasan mengambil objek penelitian perusahaan *Food and Beverages*, karena perusahaan tersebut sifatnya *non siklikal* yang artinya bahwa sektor industri ini lebih stabil dan tidak mudah terpengaruh oleh musim ataupun perubahan kondisi perekonomian secara inflasi. Walaupun terjadi krisis ekonomi, kelancaran produk industri *Food and Beverages* akan tetap terjamin, karena industri bergerak pada bidang pokok manusia. Hal ini disebabkan karena kebutuhan masyarakat akan konsumsi makanan dan minuman tidak akan berhenti dalam kondisi apapun, melihat kondisi ini maka banyak perusahaan yang ingin masuk ke sektor tersebut, sehingga persainganpun tidak

dapat dihindarkan. Untuk itu perusahaan harus mampu mengatur dan mengelola keuangannya dengan baik serta dapat bertahan dalam persaingan yang ketat dan dapat memberikan kepercayaan bagi investor bahwa perusahaan *Food and Beverages* dapat menjadi salah satu target investasi dengan prospek ke depan yang menjanjikan.

Sering kita ketahui banyak pengusaha yang mendirikan perusahaannya mempunyai tujuan ingin perusahaannya maju dan memaksimalkan nilai perusahaan serta mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin. Nilai perusahaan dapat dilihat dari harga penjualan sahamnya, karena para investor dapat menilai perusahaan tersebut memiliki keuntungan yang tinggi atau tidak dari tingginya harga saham (Firnanda dan Oetomo, 2016: 2). Semakin tinggi harga saham sebuah perusahaan, maka makin tinggi kemakmuran para pemegang saham. *Enterprise Value* (EV) atau dikenal juga sebagai *firm value* (nilai perusahaan) merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan (PrisiliaRompas, 2013).

Salah satu ukuran yang menunjukkan ukuran nilai perusahaan adalah ukuran aset perusahaan. Perusahaan itu memiliki total aset yang menunjukkan bahwa perusahaan telah mencapai tahap kedewasaan dimana pada tahap ini perusahaan arus kas positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam waktu yang relatif lama, tetapi juga mencerminkan bahwa perusahaan relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibandingkan perusahaan dengan total aset kecil. Meningkatkan nilai perusahaan harus sering menghadapi kendala agen (*agency problem*). Masalah agensi muncul saat pemegang saham tidak hanya satu

atau dua orang, tetapi lebih dari itu, apalagi dimiliki oleh publik (umum). Investor tidak lagi bisa mengendalikan, karena itu semakin besar dan kompleks (Sambora, dkk, 2016: 82-84).

Suwardika dan Mustanda (2017) mengartikan nilai perusahaan sebagai harga yang mampu dibayarkan oleh calon pembeli ketika perusahaan tersebut dijual. Ketika suatu perusahaan telah terbuka atau telah menawarkan saham ke publik maka nilai perusahaan diartikan sebagai persepsi seorang investor terhadap perusahaan itu sendiri. Investor dapat mempergunakan nilai perusahaan sebagai dasar untuk melihat kinerja perusahaan pada periode mendatang, dimana nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham. Investor akan memperoleh keuntungan apabila harga saham perusahaan tinggi.

Menurut Firnanda dan Oetomo (2016) perusahaan yang sudah *go public*, maka nilai perusahaan akan tercermin dari nilai pasar sahamnya. Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi pula nilai perusahaan. Bagaimana bagi perusahaan yang belum *go public*? Bagi perusahaan yang belum *go public*, maka nilai perusahaan adalah nilai yang terjadi apabila perusahaan tersebut dijual. Tujuan memaksimumkan nilai perusahaan disebut juga sebagai memaksimumkan kemakmuran pemilik perusahaan atau pemegang saham yang dapat diartikan juga sebagai memaksimumkan harga saham biasa dari perusahaan. Tujuan memaksimumkan nilai perusahaan digunakan sebagai pengukur keberhasilan perusahaan karena dengan meningkatnya nilai perusahaan berarti meningkatkannya kemakmuran pemilik perusahaan atau pemegang saham perusahaan. Tujuan memaksimumkan kemakmuran pemegang saham tidak hanya secara langsung

bermanfaat bagi pemegang saham tetapi dapat memberikan manfaat juga bagi masyarakat luas.

Untuk menilai suatu perusahaan dapat dilihat dari kinerja perusahaan. Kinerja suatu perusahaan diukur dengan rasio-rasio keuangan. Rasio-rasio keuangan tersebut adalah likuiditas yang diukur dengan *Current Ratio* dan *Quick Ratio*, solvabilitas yang diukur dengan *Debt to Asset Ratio* dan *Debt to Equity Ratio* serta rentabilitas yang diukur dengan *Gross Profit Margin* dan *Net Profit Margin* (PrisiliaRompas, 2013: 253).

Likuiditas menggambarkan kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban keuangannya yang harus dipenuhi dengan segera. Tingkat likuiditas yang tinggi akan menunjukkan bahwa perusahaan dalam kondisi baik sehingga akan meningkatkan permintaan untuk saham dan pasti akan menaikkan harga saham (Tahu dan Susilo, 2017: 89-90). Rasio likuiditas atau sering juga disebut rasio modal kerja merupakan rasio yang sering digunakan untuk mengukur seberapa likuidnya suatu perusahaan. Caranya adalah dengan membandingkan seluruh komponen yang ada di aktiva lancar dengan komponen di passiva lancar (Firnanda dan Oetomo, 2016: 3).

Menurut Febrianto dan Rahayu (2015: 6) *Current Ratio* (Rasio Lancar) Merupakan salah satu dari rasio-rasio likuiditas yang digunakan untuk mengukur seberapa besar likuiditas perusahaan. Rasio lancar merupakan perbandingan antara aktiva lancar dengan hutang lancar. Rasio ini dapat menunjukkan kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendeknya. *Current ratio* ini menunjukkan tingkat keamanan (*margin of safety*) kreditor jangka

pendek, atau kemampuan perusahaan untuk membayar hutang-hutang tersebut. Namun, suatu perusahaan dengan current ratio yang tinggi bukan merupakan jaminan bahwa perusahaan mampu membayar utang yang sudah jatuh tempo karena proporsi atau distribusi dari aktiva lancar yang tidak menguntungkan.

Solvabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka panjangnya. Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban-kewajiban jangka panjangnya (Firnanda dan Oetomo, 2016: 5). Untuk memperoleh sumber pendanaan, perusahaan dapat mempercayakan sumber pendanaan yang berasal dari dalam perusahaan seperti penyusutan dan laba ditahan, selain itu perusahaan juga dapat memperoleh sumber pendanaan dari luar perusahaan misalnya hutang dan penerbitan saham (Suwardika dan Mustanda, 2017: 1251)

Rasio hutang dalam penelitian ini diproksikan menjadi DER (*Debt to Equity Ratio*) yang merupakan perbandingan jumlah pinjaman jangka panjang yang dimiliki perusahaan dengan jumlah modal sendiri. DER merupakan salah satu rasio keuangan yang mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan melunasi utang dengan modal yang dimiliki (Sambora, dkk:2014). Semakin besar DER maka akan semakin kecil laba yang akan dibagikan kepada pemegang saham, sehingga dapat menurunkan harga saham yang bersangkutan. Semakin rendah tingkat DER maka kemungkinan nilai perusahaan akan semakin tinggi dan perusahaan akan mendapat kepercayaan dari investor.

Menurut Dewi dan Wirajaya (2013) nilai perusahaan dapat pula dipengaruhi oleh besar kecilnya profitabilitas yang dihasilkan oleh perusahaan.

Profitabilitas adalah kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu. Rasio profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri.

Profitabilitas rasio adalah rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dalam kaitannya dengan penjualan, total aset dan kepemilikan modal. Rasio ini dipertimbangkan oleh calon investor dan pemegang saham karena berkaitan dengan harga saham dan dividen yang akan diterima (Sabrin, dkk, 2016: 85).

Rasio profitabilitas (*profitability ratio*) menurut Anzlina dan Rustam (2013: 70) adalah “rasio yang menghubungkan laba dari penjualan dan investasi”. Dari rasio profitabilitas dapat diketahui bagaimana tingkat profitabilitas perusahaan. Setiap perusahaan menginginkan tingkat profitabilitas yang tinggi. Untuk dapat melangsungkan hidupnya, perusahaan harus berada dalam keadaan yang menguntungkan (*profitable*). Apabila perusahaan berada dalam kondisi yang tidak menguntungkan, maka akan sulit bagi perusahaan untuk memperoleh pinjaman dari kreditor maupun investasi dari pihak luar.

## **B. Rumusan Masalah**

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan adanya perbedaan hasil variabel Likuiditas, Solvabilitas, dan Rentabilitas terhadap Nilai Perusahaan. Adanya ketidak konsistenan hasil dari beberapa penelitian sebelumnya memotivasi untuk dilakukan penelitian lebih lanjut dengan menggunakan Likuiditas, Solvabilitas, dan Rentabilitas sebagai variabel independen. Sedangkan

variabel dependen adalah Nilai Perusahaan. Dengan demikian pertanyaan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah rasio likuiditas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah rasio solvabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah rasio rentabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan permasalahan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh rasio likuiditas terhadap nilai perusahaan.
2. Mengetahui pengaruh rasio solvabilitas terhadap nilai perusahaan.
3. Mengetahui pengaruh rasio rentabilitas terhadap nilai perusahaan.

### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memberi manfaat sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan atau tidak likuiditas, solvabilitas dan rentabilitas terhadap nilai perusahaan.
2. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai informasi yang relevan dalam pengambilan keputusan oleh manajemen perusahaan.
3. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan referensi mengenai pengaruh likuiditas, solvabilitas dan rentabilitas terhadap nilai perusahaan.

### **E. Sistematika Penulisan Skripsi**

Sistematika dalam penulisan skripsi ini dibagi dalam lima bab dengan uraian sebagai berikut:

## 1. BAB I

Bab ini membahas mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

## 2. BAB II

Bab ini membahas mengenai teori-teori yang melandasi penelitian meliputi pengaruh Likuiditas, Solvabilitas, dan Rentabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, penelitian terdahulu yang terkait dengan masalah yang diteliti, perumusan hipotesis dan kerangka pemikiran teoritis.

## 3. BAB III

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel, data dan sumber data, metoda pengumpulan data, desain pengambilan sampel dan metoda analisis data.

## 4. BAB IV

Bab ini berisi tentang sejarah singkat, deskriptif data, statistik deskriptif, hasil uji instrument penelitian, hasil analisis regresi linier berganda, hasil uji hipotesis dan pembahasan.

## 5. BAB V

Bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran yang diberikan untuk pihak yang terkait.